

Sisällys

	Esipuhe	7
1.	Johdanto	9
2.	Digitaalinen retoriikka tutkimusalana	19
	”Vain” retoriikkaa?	20
	Uusi retoriikka	23
	Digitaalisen retoriikan perusajatuksia	27
3.	Digitaalinen retoriikka viestintänä	35
	Retoriikan osat digitaalisessa viestinnässä	38
	Inventio: viestin sisältöjen muodostuminen vuorovaikutuksessa	41
	Dispositio: käyttäjäystävällisyyden korostunut merkitys	48
	Elocutio: huomion herättämisen taito	54
	Memoria: muistin kollektiivinen luonne	58
	Actio: reettorin ja yleisön vaihtuvat roolit	63
4.	Digitaalinen retoriikka genrejen näkökulmasta	69
	Genre toistuvan viestintätilanteen mallina	70
	Genren taju	72
	Genrehybridit	81
5.	Minä ja muut: itseilmaisut digitaalisessa retoriikassa	95
	Itseilmaisut hyvántahtoisuutena	99
	Valtakulttuurille vaihtoehtoista osallistumista?	104
	Itseilmaisut organisaatioiden viestintäkeinona	108
	Joukkovoimaa: samanmielisten yhteisöt	110
6.	Digitaalinen agora: poliittista viestintää ja kansalaisaktivismia	123
	Eetos: luotettavuus yhteiskunnallisessa keskustelussa	125
	Paatos: tunteet ja vaikuttaminen	149
	Logos: mielipiteitä ja perusteluja	158
7.	Huomion markkinat	171
	Datan tarjoajien digitaalinen jalanjälki	173
	Kuluttajajoukkojen aktivoituminen	178
	Markkinoinnin lähettiläät	187
	Kohti entistä synteettisempää mainontaa	197
8.	Lopuksi: keitä ovat verkon reettorit?	203
	Kirjallisuus	211

